

## РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/76 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при размещении ненадлежащей рекламы продукции компании «Арго», в присутствии индивидуального предпринимателя Поротиковой,

### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 06 марта 2012г. отслежена наружная реклама, размещенная на рекламной конструкции по адресу : г.Хабаровск, ул.Дзержинского, 4, следующего содержания:

«Таежные целители на страже здоровья. Пихтовая вода - эффективное общеукрепляющее средство. Пихтовые кремы – противовосполительные, противовирусные, защита от холодовой аллергии. Хвойные бальзамы – профилактика ОРВИ и гриппа».

Таким образом, объекты рекламирования предлагаются неопределенному кругу лиц в качестве средств для профилактики и лечения заболеваний.

В соответствии со ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Между тем, согласно сертификатов соответствий (№ РОСС RU.АИ88.Н01529 от 01.12.2010г., № РОСС RU.АИ88.В00909 от 27.07.2009г., № РОСС RU.АЕ96.В02809 от 31.10.2008г.), свидетельства о государственной регистрации (№ RU 77.01.34.001.Е.0115575.10.11 от 07.10.2011г.), декларации соответствия (№ РОСС RU.АЕ96.Д03451 от 31.10.2011г.), объекты рекламирования указаны как «Кремы косметические, кремы-бальзамы пихтовые», «Косметический масляный бальзам Хвойный дар», которые сертифицировались на соответствие требованиям СанПиН 1.2.681-97 «Гигиенические требования к производству и безопасности парфюмерно-косметической продукции».

Указанные санитарные правила устанавливают требования к производству, хранению и транспортировке парфюмерно-косметической продукции, а также правила контроля качества, обеспечивающие ее безопасность.

Кроме того, согласно вышеназванных документов, объекты рекламирования соответствуют следующим стандартам:

- ГОСТу Р 52343-2005, который распространяется на косметические кремы, в том числе косметическое молочко, сливки, сметану, эмульсию, маски, пилинги, скрабы, кремы на гелевой основе и другие аналогичные по назначению изделия, отвечающие требованиям настоящего стандарта, предназначенные для ухода за кожей, ногтями и волосами;

- ГОСТу Р 51391-99, который распространяется на парфюмерно-косметические изделия отечественного и зарубежного производства, реализуемые на территории РФ в оптовой и розничной продаже или поставляемые парикмахерским, косметическим салонам, связанные непосредственно с обслуживанием потребителей.

Следовательно, в соответствии с указанными выше нормативными документами Пихтовая вода, Пихтовые кремы и Хвойные бальзамы предназначены для использования их только как в качестве парфюмерно-косметических средств, что исключает возможность рекламировать их в качестве медицинских средств.

В Большом энциклопедическом словаре дано определение следующих понятий:

Противовосполительное средство—это лекарственное средство, предупреждающее, устраняющее или ослабляющее явление воспаления.

Антивирусное средство - это лекарственный препарат против болезнетворных вирусов.

В медицинском справочнике дано определение аллергии - это состояние, при котором организм человека приобретает повышенную чувствительность к отдельным антигенам.

Холодовая аллергия - это симптом, который сопровождает определенное заболевание (Организм, ослабленный длительным и скрытым течением болезни дает ответ на холод. Внимание следует акцентировать не на избавление от симптомов, а на лечение основных заболеваний. Иные меры проблемы не решают, а лишь облегчают состояние).

Таким образом, сообщение в рекламе о Пихтовых кремах, не зарегистрированных в качестве лекарственных средств, как о противовосполительных, антивирусных средствах и о средствах защиты от холодовой аллергии, является ложным утверждением.

Согласно свидетельства о государственной регистрации № RU 77.99.11.003E.005322.03.11 от 11.03.2011г., декларации соответствия № РОСС RU.АИ42.Д03633 от 22.09.2011г. объект рекламирования «Пихтовая вода» предназначена для реализации населению через аптечную сеть и специализированные магазины, отделы торговой сети в качестве биологически активной добавки к пище.

В соответствии с ФЗ от 02.01.2000г. № 29-ФЗ «О качестве безопасности пищи» биологически активные добавки к пище относятся к пищевым продуктам и не являются лекарственными средствами, что подтверждается:

1) Сан. ПиН 2.3.2.1078-01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов». Указанные санитарные правила устанавливают

гигиенические нормативы безопасности пищевой ценности для человека пищевых продуктов, а также требования по соблюдению указанных нормативов при изготовлении, ввозе и обороте пищевых продуктов;

2) Сан. Пин 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок (БАД)». Указанные санитарные правила устанавливают требования, обязательные для использования при разработке и производстве БАД, их ввозе, хранении, транспортировке и реализации на территории РФ.

Таким образом, пихтовая вода предназначена для использования ее только в качестве биологически активной добавки, что исключает возможность рекламировать ее в качестве медицинского средства.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличие сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара, не допускается.

Часть 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусматривает ответственность рекламодателя за нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем, осуществившим размещение рекламы, является ИП Поротикова.

В процессе рассмотрения дела ИП Поротикова согласилась с выявленным нарушением, пояснив, что изготовитель рекламы - рекламное агентство не предупредило о требованиях действующего законодательства РФ.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Таежные целители на страже здоровья. Пихтовая вода - эффективное общеукрепляющее средство. Пихтовые кремы – противовоспалительные, противовирусные, защита от холодовой аллергии. Хвойные бальзамы – профилактика ОРВИ и гриппа», размещаемую ИП Поротиковой на рекламной конструкции по адресу: г.Хабаровск, ул. Дзержинского, 4 , поскольку она нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Поротиковой обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 14 июня 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок)

## Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе на основании своего решения от 14 июня 2012 года по делу № 4-05/76 о признании ненадлежащей рекламы продукции компании «Арго», размещаемой ИП Поротиковой, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

## ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Поротиковой в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить любым способом, в любой форме, с использованием любых средств размещение рекламы продукции компании «Арго», которая содержит не соответствующие действительности сведения о назначении и потребительских свойствах товара.

2. ИП Поротиковой представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 28 июня 2012 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф на должностных лиц в размере – от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).